

POWER FM

Cennik

Pasma	Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	Sb	Nd
6:00 - 6:29	45 150	44 050	42 950	48 050	49 150	13 800	10 600
6:30 - 6:59	45 150	44 050	42 950	48 050	49 150	13 800	10 600
7:00 - 7:29	78 450	76 650	74 450	83 450	85 150	23 400	14 550
7:30 - 7:59	78 450	76 650	74 450	83 450	85 150	23 400	14 550
8:00 - 8:29	78 550	76 750	74 550	83 550	85 250	38 650	17 100
8:30 - 8:59	78 550	76 750	74 550	83 550	85 250	38 650	17 100
9:00 - 9:29	78 550	76 750	74 550	83 550	85 250	49 650	25 650
9:30 - 9:59	78 550	76 750	74 550	83 550	85 250	49 650	25 650
10:00 - 10:29	64 700	62 300	60 600	68 900	70 400	51 400	25 650
10:30 - 10:59	64 700	62 300	60 600	68 900	70 400	51 400	25 650
11:00 - 11:29	64 450	62 050	60 350	68 650	70 150	51 550	25 750
11:30 - 11:59	64 450	62 050	60 350	68 650	70 150	51 550	25 750
12:00 - 12:29	61 300	56 200	54 800	65 200	66 500	43 800	23 600
12:30 - 12:59	61 300	56 200	54 800	65 200	66 500	43 800	23 600
13:00 - 13:29	61 000	55 900	54 500	64 900	66 200	44 500	23 400
13:30 - 13:59	61 000	55 900	54 500	64 900	66 200	44 500	23 400
14:00 - 14:29	60 700	55 600	54 200	64 600	65 900	42 900	23 000
14:30 - 14:59	60 700	55 600	54 200	64 600	65 900	42 900	23 000
15:00 - 15:29	65 050	62 750	60 850	69 350	70 850	25 300	16 800
15:30 - 15:59	65 050	62 750	60 850	69 350	70 850	25 300	16 800
16:00 - 16:29	64 800	62 500	60 600	69 100	70 600	25 100	16 700
16:30 - 16:59	64 800	62 500	60 600	69 100	70 600	25 100	16 700
17:00 - 17:29	63 700	61 400	59 500	68 000	69 500	21 200	15 700
17:30 - 17:59	63 700	61 400	59 500	68 000	69 500	21 200	15 700
18:00 - 18:29	46 150	43 550	42 550	49 350	50 750	16 450	14 250
18:30 - 18:59	46 150	43 550	42 550	49 350	50 750	16 450	14 250
19:00 - 19:29	33 750	32 550	31 750	36 250	36 950	14 600	10 000
19:30 - 19:59	33 750	32 550	31 750	36 250	36 950	14 600	10 000
20:00 - 20:29	17 650	17 450	17 350	17 950	18 350	9 150	8 000
20:30 - 20:59	17 650	17 450	17 350	17 950	18 350	9 150	8 000
21:00 - 21:29	10 500	10 300	10 200	10 700	10 900		
21:30 - 21:59	10 500	10 300	10 200	10 700	10 900		
22:30 - 22:59	6 700	6 600	6 600	6 700	6 800		

Mnożnik ceny dla różnych długości spotów	5"	10"	15"	20"	25"	30"
	0,8	0,8	0,85	0,95	1,0	1,0
	35"	40"	45"	50"	55"	60"
	1,4	1,5	1,7	1,8	2,0	2,2

Grupa
RMF

Cennik obowiązuje od 1.09.2025 do 2.11.2025

Podane ceny dotyczą kopii 30". Do cen emisji należy doliczyć podatek VAT

Dział Sprzedaży GRUPY RMF

Ul. Fabryczna 5A, 00-446 Warszawa, tel. 222 031 031, www.gruparmf.pl

Cena dotyczy emisji kampanii jednocześnie w:

RMF

RMF
CLASSIC

RMF
MAXX

RADIO
GRA

RADIO 90
RADIO JURA

AUDYTORIUM17
REGIONALNE
RADIO
POLSKIEGO RYNKU

21 miast

23 stacje

2 stacje

Alex RADIO 105.2

23 stacje
pakiet premium

1. WSTĘP.

- 1.1. Cennik jest informacją o cenie emisji spotów reklamowych w programach radiowych objętych pakietami handlowymi oferowanymi przez Grupę RMF, a także o zasadach kalkulacji wartości emitowanych kampanii reklamowych.
- 1.2. Grupa RMF – oznacza spółkę Grupa RMF sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Warszawie.

2. OGÓLNE INFORMACJE O CENNIKACH

2.1. Cennik.

Cena emisji spotów reklamowych jest kalkulowana na podstawie cennika obowiązującego w dniu oraz porze emisji poszczególnych spotów reklamowych objętych daną kampanią reklamową (danym zleceniem reklamowym).

2.2. Podatek VAT.

Do cen ustalonych w cennikach dolicza się podatek VAT w obowiązującej stawce.

2.3. Zmiana cennika.

- 2.3.1. Cenniki są przyjmowane i obowiązują przez czas oznaczony, wskazany w danym cenniku.
- 2.3.2. Sprzedawca zobowiązuje się z odpowiednim wyprzedzeniem ogłaszać nowy cennik przed jego wprowadzeniem (tj. przed datą w jakiej zaczyna obowiązywać nowy cennik, ustalony dla następnego, oznaczonego okresu czasu).
- 2.3.3. Do realizacji przyjmowane są wyłącznie te zlecenia reklamowe, w których emisja spotów reklamowych przypada na okres, dla którego ustalono, przyjęto i ogłoszono cennik.
- 2.3.4. Wartość całej emisji (wartość zleconej kampanii reklamowej) dla zlecenia reklamowego złożonego przed wejściem w życie nowego cennika, obejmującego emisję reklam w okresie przed wejściem w życie nowego cennika oraz w okresie obowiązywania nowego cennika będzie ustalana w oparciu o dwa cenniki (tj. cennik obowiązujący w dacie złożenia danego zlecenia reklamowego oraz nowy cennik ogłoszony dla kolejnego okresu czasu), w zależności od dnia emisji poszczególnych spotów reklamowych objętych danym zleceniem reklamowym.

3. CENNIK CZASÓW EMISJI

3.1. Formy sprzedaży emisji spotów reklamowych.

Grupa RMF proponuje następujące opcje zakupu emisji spotów reklamowych:

3.1.1. Klasyczna.

Wynagrodzenie za emisję spotów reklamowych liczone według obowiązującego cennika emisji poszczególnych spotów reklamowych z uwzględnieniem zwyżek i zniżek oferowanych przez Grupę RMF.

3.1.2. Specjalna.

Na podstawie specjalnych ofert adresowanych do Klientów na warunkach w nich określonych.

3.2. Dodatkowe elementy wpływające na cenę:

3.2.1. Zniżki.

Grupa RMF przewiduje udzielenie zniżek do wartości wynikowej złożonego zlecenia reklamowego w następujących okolicznościach:

- a) Rabat za nowego klienta na 4 tygodnie aktywności – do 5% wartości danego zlecenia reklamowego, gdzie nowym klientem jest podmiot/marka* do tej pory nie korzystająca z produktów Sprzedawcy.
- b) Rabat inwestycyjny – do negocjacji.

- c) Rabat za udział w wydatkach radiowych – do negocjacji.
- d) Rabat pakietowy – zgodny z obowiązującą ofertą.
- e) Rabat za podpisanie zlecenia drogą elektroniczną w systemie SimpleSign Grupy RMF – 0,5% naliczane kaskadowo do wartości zlecenia reklamowego podpisanego drogą elektroniczną, należny wyłącznie wówczas, gdy dane zlecenie reklamowe podpisane zostało w systemie SimpleSign Grupy RMF przez obie strony (tj. Reklamodawcę i Grupę RMF). Rabat nie przysługuje za inne podpisy elektroniczne.

Powyższe rabaty dotyczą wyłącznie płatnych emisji (nie dotyczą wymiany barterowej, w tym realizowanej poprzez kompensatę umowną wzajemnych należności).

* *Marka – oznacza znak towarowy, nazwę produktu, usługi lub wydarzenia (eventu, akcji promocyjnej, koncertu, itp.)*

3.2.2. Zwyżki.

1. Grupa RMF zastrzega sobie prawo do wyrażenia zgody na emisję spotu reklamowego zawierającego więcej niż jeden podmiot (firma/produkt/usługa/marka) lub też zawierającego elementy dźwiękowe promujące inne podmioty niż główny Reklamodawca (firma/produkt/usługa/marka). W takim przypadku Grupa RMF może stosować dodatkowe zwyżki, według następujących zasad:

- a) Zestawienie w jednym spocie dwóch reklam – cena kalkulowana jak za każdy spot reklamowy oddzielnie.
 - b) Umieszczenie w jednym spocie 1 lub 2 marek innego Klienta: 3% ceny emisji spotu reklamowego.
 - c) Umieszczenie w jednym spocie 3 lub więcej marek innego Klienta: 5% ceny emisji spotu reklamowego.
 - d) Umieszczenie w spocie reklamowym Klienta usługi audio–tele lub SMS: 20% ceny emisji spotu reklamowego – emisja takiego spotu reklamowego możliwa jest wyłącznie po uprzedniej zgodzie Grupy RMF.
 - e) Nazwa lub logo dźwiękowe podmiotu medialnego (tj. przedsiębiorcy działającego w branży wszystkich rodzajów mediów, w tym w szczególności, lecz nie wyłącznie: prasa, radio, telewizja, social media, strony Internetowe, VOD) nie dłuższe niż 3": 2% ceny emisji spotu reklamowego za każde logo w jednym spocie reklamowym (Grupa RMF nie akceptuje umieszczania w spotach logo, informacji o akcji, usługach czy też promocji stacji radiowych innych niż będące w ofercie Grupy RMF).
 - f) Nazwa lub logo dźwiękowe sponsora innego niż medialny, nie dłuższe niż 3": 5% ceny emisji za każde logo w jednym spocie reklamowym.
 - g) W związku z faktem, że ustawa z dnia 26.10.1982r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi) nakłada na podmiot świadczący usługi reklamowe napojów alkoholowych, o których mowa w w/w ustawie, obowiązek wnoszenia dodatkowej opłaty – w wypadku zleceń reklamowych, których przedmiotem będzie reklama napojów alkoholowych (w tym piwa) wartość zlecenia (cena) zostanie powiększona o wartość tej opłaty, tj. o 11,11% (liczone od ceny netto, tj. przed naliczeniem podatku).
 - h) Gwarancja realizacji złożonego zamówienia w niezmienionym kształcie: 15% wartości danego zlecenia reklamowego – wyłącznie po uzyskaniu uprzedniej zgody Grupy RMF.
1. W przypadku specjalnych wymagań Klienta Grupa RMF może wymagać dodatkowej zapłaty za emisję spotów reklamowych, zgodnie z następującymi zasadami:
- a) Emisja spotów reklamowych w konkretnie wskazanych przez Klienta blokach reklamowych: 25% wartości zlecenia reklamowego emisji.
 - b) Emisja spotów reklamowych na pierwszej lub ostatniej pozycji w bloku (według uznania Grupy RMF):
 - dla 100% spotów objętych zleceniem reklamowym: 10% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 75% spotów objętych zleceniem reklamowym: 7,5% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 50% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 5% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 25% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 2,5% wartości zlecenia reklamowego.
 - c) Emisja spotów reklamowych na drugiej lub przedostatniej pozycji w bloku (według uznania Grupy RMF):
 - dla 100% spotów objętych zleceniem reklamowym: 5% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 75% spotów objętych zleceniem reklamowym: 3,75% wartości zlecenia reklamowego,

- dla 50% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 2,5% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 25% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 1,25% wartości zlecenia reklamowego.
- d) Wskazanie konkretnej pozycji w bloku, czyli tylko pierwszej lub tylko ostatniej, tylko drugiej lub tylko przedostatniej lub każdej innej konkretnej pozycji:
- dla 100% spotów objętych zleceniem reklamowym: 20% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 75% spotów objętych zleceniem reklamowym: 15% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 50% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 10% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 25% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 5% wartości zlecenia reklamowego.
- e) Emisja tzw. duo-spotów: 15% wartości zlecenia reklamowego, przy czym określenie duo-spoty oznacza wskazanie przez Reklamodawcę pozycji więcej niż 1 spotu w bloku reklamowym, z wyłączeniem pozycji premium (przez pozycje premium należy rozumieć pierwszą, drugą, przedostatnią oraz ostatnią pozycję w bloku reklamowym), w tym także określenie liczby innych reklam pomiędzy spotami Reklamodawcy lub określenie chronologii ich emisji.
- f) Emisja spotów reklamowych w ekskluzywnym bloku (w bloku nie ma żadnej innej reklamy): 4-krotna wartość zlecenia reklamowego, przy założeniu, że dźwięk nie może być krótszy niż 30".
- g) W przypadku realizacji specyficznych media planów (np. 4 dźwięki ustawione w odpowiedniej kolejności): do 30% wartości zlecenia reklamowego.
- h) Dopłata High Season, o której mowa w pkt 3 poniżej nie obowiązuje.

3. Grupa RMF będzie stosowała Dopłaty High Season do standardowej ceny emisji spotów reklamowych w okresach wzmożonego popytu na reklamę radiową. Przewiduje się od 4 do 6 takich okresów, poprzedzających najbardziej popularne święta lub/i wydarzenia w roku kalendarzowym, tj. np. Święta Bożego Narodzenia czy Black Friday. Dopłaty High Season są wskazywane wraz z ogłaszaniem Cennika na kolejny okres.

3.2.3. Kolejność naliczania poszczególnych zwwyżek i zniżek.

1. W pierwszej kolejności naliczane są wszystkie zwwyżki, następnie oblicza się przysługujące Klientowi zniżki.
2. Poszczególne zwwyżki i zniżki naliczane są w „sposób kaskadowy”.
3. Przyznane rabaty nie kumulują się.

**ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY
Dział Sprzedaży GRUPY RMF**